融媒体时代电视新闻编辑工作的创新素养提升研究

摘　要：在网络技术和信息技术的推动下，我国已经进入融媒体时代，新闻传播方式发生了巨大变化，电视媒体行业之间的竞争愈加激烈。在这种形势下，对电视新闻编辑的创新素养提出了更高要求。在电视新闻编辑工作开展的过程中，要从全局的角度出发，充分认识到融媒体对电视新闻带来的影响，加强融媒体时代电视新闻编辑工作的创新素养提升。文章对电视新闻编辑和融媒体进行概述，指出融媒体时代电视新闻编辑面临的挑战，最后论述融媒体时代电视新闻编辑工作创新素养提升的策略。

关键词：融媒体；电视新闻编辑；创新素养；提升

中图分类号：G222.1　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）12-090-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.12.026

本文著录格式：郑素琴 . 融媒体时代电视新闻编辑工作的创新素养提升研究 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：90-92.

文 / 郑素琴

前言

随着融媒体的提出与应用，传统媒体市场格局发生了较大的改变，传统媒体行业受到巨大冲击，电视新闻媒体也不例外。在这种情况下，对电视新闻编辑的媒体素养提出了更高要求。从实际情况来看，受多种因素的影响，电视与新媒体融合过程中存在不少问题，媒体融合要体现动态调控，才能切实推动电视新闻与新媒体工作的正常开展。融媒体具有多方面的优势，在信息传播和获取时更加方便，电视新闻编辑要及时转变工作理念，注重工作方法和形式的创新，提升自身创新素养，为观众提供内容丰富、样式新颖的电视新闻，才能在激烈的媒体市场竞争中占据有利地位，推动电视新闻的全面发展。

1. 电视新闻编辑和融媒体概述

1.1 电视新闻编辑

从工作内容来看，电视新闻编辑主要收集新闻素材、整理新闻稿件、组稿、优化等脑力劳动，形成针对性较强新闻信息，然后通过电视传播给观众。具体来说，电视编辑又可以分为广义和狭义两个方面。从狭义的角度来看，电视编辑主要指一般性的新闻编辑内容，涉及稿件组织、筛选和优化，以及各种新闻关键词、串词的编写，另外还包括电视节目的编排、录制等。从广义上来说，电视新闻编辑不仅仅体现在以上几个方面，同时还需要全面负责设置关键问题、策划热点新闻、草拟报道计划，以及电视受众方向选择等方面。在融媒体背景下，媒体之间的竞争更加激烈，电视新闻编辑相关的内容更加广泛，在工作内容和形式上体现动态化的发展趋势。

1.2 融媒体

从概念上来说，融媒体主要指利用媒介载体，将不同媒体形式进行融合，整合内容、人力和宣传等方面的内容，形成新型的媒体，达到资源、内容、宣传和利益相通的效果。融媒体能够充分发挥传统媒体和新媒体的优势，改变传统阶段单一的媒体竞争方式，形成媒体优势互补。融媒体不是独立的媒体形式，而是将广播、电视以及互联网资源整合到一起，全面发挥其功能、手段和价值。从外部来看，融媒体是一个单位，具有独立的声音和价格。广播、电视、网络同时变为共同为一个项目活动服务的三种形式、手段和方法，虽然价格相对较高，但是客户对这种媒体形式的认可度更高。以前，我们在电视节目中插播的广告，上网时都要进行重新编排，拿掉广告部分。现在，不少客户上门谈广告时，主动要求和融媒体价钱一起商谈，网上也予保留。可以说，融媒体实现了利益的共同发展。

2. 融媒体时代电视新闻编辑面临的挑战

2.1 改变了电视新闻环境

长期以来，电视新闻在人民群众中具有较强的影响力，同时具有较强的公信力和权威性。电视起步较早，在理论基础和实践经验方面比较健全，具有众多的专业人才，逐步形成了专业化的采编队伍，运作方式和机制也相对成熟，操作流程规范性强。随着融媒体时代的到来，电视新闻的受众市场一再被压缩，人们获取信息的方式发生了较大变化。单一的电视新闻已经满足不了当前阶段人们的基本需求，需要加强与其他媒体的融合，才能促进自身进一步的发展。融媒体具有丰富的信息资源，传播途径多元化，同时，在信息传播过程中具有交互性的特点，受到了众多青年群体的欢迎。在信息传播形式上，融媒体包含文字、音频、视频、图片等，迎合了大众的口味需求，为媒体传播提供了广泛的基础。与电视媒介相比，融媒体在理论基础和实践经验方面有所不足，同时，融媒体发展较晚，权威性和公信力欠缺。在市场不断变化的过程中，电视新闻应加强与其他媒体之间的有效融合，才能满足受众的基本需求，提升电视新闻媒体的发

展效果。

2.2 新闻编辑流程发生改变

在融媒体时代，人们的工作、学习和生活与媒体息息相关，随着微博、微信、今日头条等媒体形式的出现，很多受众喜欢在自媒体平台表达自己的想法和意见。电视新闻更贴近大众生活，对受众真实想法有更深入的了解，一些电视新闻在播放时通过插入网友的看法，在电视新闻编辑时，不仅要重视新闻稿件和视频的编写，同时要适当融入网友对新闻事件的看法和评论，并选择针对性较强的内容插入到电视新闻中。可以说，在融媒体环境下，电视新闻编辑不仅要具备传统的编辑素养，同时还要具备较强的信息化能力，对网络评论有较深的理解，从而不断提升电视新闻编辑效果。

2.3 新闻编辑内涵发生改变

在融媒体背景下，人们通过智能手机、电脑客户端等就可以进行信息的阅读，这种方式打破了时间和空间的限制，人们可以进行信息的评论、互动，找到信息传播的参与感。电视新闻在信息传播时内容和形式相对单一，信息为单项传播，受众之间不能进行互动，没有足够的话语权。在出现新闻事件后，网络媒体可以快速传播出去，受众可以快速进行查看、转发、评论和交流，信息的速度非常之快。与新媒体相比，电视在信息传播时，需要信息采集、整理和发布，传播速度较慢，同时，受众不能进行转发和交流，参与感较低。我国互联网普及程度较高，新媒体受众群体广泛，获取信息速度较快，信息发布效率非常高。在这种情况下，电视媒体传播受到了极大的冲击。面对多样化的信息传播途径，各种信息充斥其中，一些媒体平台为了吸引受众恶意传播虚假信息，对社会舆论产生不利影响。在融媒体背景下，电视新闻编辑要具有高度的社会责任感，对新闻的真实性、准确性负责，有效过滤虚假信息，弘扬社会正能量，引导社会舆论。

3. 融媒体时代新闻编辑的基本能力和素养

3.1 新闻价值判断能力

在融媒体时代，新闻信息更加多样化，在电视新闻编辑的过程中，要做好新闻价值的有效判断。随着媒体之间融合程度的逐渐加深，面对海量信息发布速度日益加快，发布门槛也越来越低，各种信息的真实性辨别难度也不断增大，电视新闻编辑要强化自身对新闻的敏感度。新闻编辑要坚持正确的价值导向，坚守职业道德，确保信息审核的严格、细致，合理进行新闻价值判别，提升电视新闻传播的整体效果。

3.2 新闻综合传播能力

在新的发展时期，新闻编辑往往为多家媒体平台提供信息服务，平台和端口形式多样，在工作开展时不仅要做好电视新闻编辑，主要包括策划、组织报道等，同时还要具备相应的媒体传播能力。新闻编辑要熟练掌握图片、文字、视频、动漫等处理能力，为各项工作的开展创造有利条件。不仅如此，电视新闻编辑还要灵活运用多项数据，发挥各种传播渠道的优势，灵活转变身份，做好新闻信息的把关人，为受众解读相关的新闻信息。

3.3 具备独特的视角

融媒体虽然内容丰富，但是在信息传播质量上有所不足，在融媒体环境下，传播主体和传播客体没有明显的界限，很多信息的发布往往没有经过专门的审核，存在不少虚假信息，新闻重复度较高，同时，新闻挖掘深度不足。电视台在进行新闻的传播时，要充分收集相关信息资料，从独特的视角挖掘新闻内容，选择针对性较强、老百姓重点关心的话题，不能一味跟风。电视新闻编辑要坚守自己的原则，通过专业的方式解读相关新闻信息，使得大众对新闻有更好地了解。通过这种方式，能够有效拉近受众与媒体之间的距离，充分体现电视新闻编辑的能力，为电视与其他媒体的融合发展创造有利条件。

3.4 主流舆论引导能力

在多样化媒体形式下，媒体不再是信息的主导者，受众不仅是信息接收者，同时也是信息传播者，他们可以利用多种形式传播、评论新闻信息。由于信息来源较为复杂，信息质量良莠不齐，如何有效甄别真实信息显得更加重要。电视新闻编辑要对信息进行严格把关，做好新闻信息的辨别和引导。在电视新闻编辑过程中，体现信息的客观性和真实性，正确引导社会舆论，避免虚假信息带来的负面影响，引导受众树立正确的价值取向。

3.5 新闻用户互动能力

媒体融合对于电视新闻编辑的互动能力要求更高，电视新闻编辑要加强与受众之间的沟通交流，积极收集一手新闻资源，挖掘新闻背后价值较高的新闻线索，提升新闻信息转化效率。电视新闻编辑要加强多种平台的应用，引导更多的受众参与其中，及时向受众推送热点新闻，提升受众的参与度和忠诚度。融媒体模糊了传播主体和传播客体之间的界限，新闻编辑要充分发挥受众的作用，从多个途径接收受众意见，比如电话反馈、微博、微信公众号等。受众可以及时反馈意见，新闻编辑可以对这些意见进行整理，在之后节目的制作时强化受众意识与节目本身的结合，不断完善新闻传播的缺点和不足，实现电视新闻传播质量的全面提升。

4. 融媒体时代下电视新闻编辑创新素养提升策略

4.1 调整电视新闻编辑的工作思路

从本质上说，不管媒体形式和传播路径发生怎样的改变，新闻报道的核心内容不会有太大的变化，时间、地点、人物、事件、结果等都是不可或缺的因素。当然，电视新闻编辑应顺应时代发展的潮流，打破传统的思维模式和工作理念，注重新闻要素的灵活搭配和组织，学习和借鉴新媒体的处理方式，提升新闻要素表达的合理性，从而激发受众的积极性和主观能动性，引导更多受众参与到电视新闻中。例如，常见的一种处理方式就是用故事化的思路和情景来编辑、处理新闻信息，在“故事”当中融入各个关键要素，给予受众类似听故事的感受，从而对新闻事件更加感兴趣，也加深了对电视节目的依赖感。

4.2 用新颖的视角观点判断信息价值

当今时代，新闻信息传播速度较快，信息内容更加多样化，媒体受众选择空间更大，受众对于信息的个性化需求更加明显。从媒体市场化的角度来分析，受众以主观的关注度来判断新闻的价值。简而言之，受众对新闻信息的关注度与其价值成正比。这是因为，受众在媒体市场中的主体地位越来越明显，电视新闻在信息传播中要遵循这个规律。在融媒体时代下，电视新闻编辑应当开阔自身的视野，用新颖的视角观点判断信息价值，一定要切忌人云亦云、跟风逐浪，因为当前的受众有数不清的途径可以获取到新闻信息，如果一味地与其他新闻信息内容趋同，就会让受众感到厌倦。电视新闻编辑要学会换位思考，从受众的角度考虑问题，关注受众感兴趣的新闻信息，明确哪类新闻更容易引起受众的兴趣和共鸣，对受众主观需求有深入了解，然后以此为标准进行信息筛选，这样才能在众多的媒体中脱颖而出，为受众提供精准的信息服务，提升自身综合竞争能力和市场占有率。

4.3 拓宽新闻素材的获取途径

在融媒体环境下，对电视新闻素材要求更高，可以说，新闻素材是电视新闻发展的原材料和驱动力，丰富、优质的新闻素材是电视新闻节目的可靠保障，电视新闻编辑要强化素材的收集，从而为电视新闻编辑工作的开展做好铺垫。长期以来，电视新闻素材来源主要是采访和收集相关信息，这种新闻素材获取方式相对狭窄，不能有效满足当前阶段受众的基本需求。电视新闻编辑要注重素材收集的创新，充分利用各种媒体资源，扩大新闻素材的路径。关注各大新闻网站动态，发现热点新闻及时采取行动，发挥专业化采编队伍的优势，深入挖掘新闻信息背后的故事，为受众提供更多新闻事件的信息，最大程度地还原事情真相。在新闻素材收集时，要追求新闻信息搜集的效率和可靠性，确保电视新闻的即时性、准确性。

4.4 强化电视新闻编辑的社会责任担当

融媒体时代对电视新闻编辑的社会责任要求更高，在激烈的市场竞争中，一些媒体传播者为了博人眼球，在信息传播时充斥着娱乐八卦、花边新闻，或者存在严重的“标题党”倾向。电视新闻编辑要体现自身工作的权威性，树立社会责任感，杜绝宣传虚假新闻，做好新闻信息的严格筛选，确保电视新闻的内涵、价值。电视新闻编辑要尊重客观事实，不能为了扩大传播效果夸大事实、采用虚假信息，很多新媒体在传播时缺乏信息真伪性的考量，造成节目形式大于内容，新闻的真实性大打折扣。新闻编辑要吸取这个教训，在进行新闻制作时，尊重客观事实，树立良好的职业道德。

4.5 以开放思维打造新闻效应

从当前形势来看，融媒体是时代发展的必然，电视新闻编辑要及时转变思想观念，以积极的心态迎接融媒体的挑战。新媒体和传统纸媒都有自身的优势，在融合发展过程中，电视媒体要主动与其他媒体进行对接。一方面，在编辑方式上，电视编辑要改变传统以理论为支撑的模式，学习和借鉴新型编辑方式，充分考虑受众的基本特点，尽量减少和避免生僻词汇的使用，在主题设置上吸引大众眼球；另一方面，及时抓住热点信息，分析和研究大众关注的热点话题，对热点事件进行跟踪报道。此外，通过微信公众号、网页等方式与受众进行沟通交流，及时向大众推送热点新闻，了解大众需求，为后续电视新闻报道提供有效的参考。

结语

总而言之，融媒体时代对电视新闻传播产生了深远影响，电视新闻编辑要明确自身优势和不足，注重与新媒体平台的融合发展，积极借鉴和利用新媒体平台的优势，实现新闻传播内容和形式的创新，发挥好把关人的角色，注重多种媒体资源的有效应用，通过多方联动共同打造高价值的新闻信息，为受众提供有效的电视新闻服务，实现自身经济效益和社会价值，不断提升自身的综合竞争力。媒

参考文献

[1] 许婷婷 . 融媒体背景下做好报纸新闻编辑工作的措施探讨 [J]. 传播力研究，2019，3（22）：118.
[2] 陈楠 . 浅析融媒体时代新闻编辑的创新意识和新要求 [J]. 科学咨询（科技・管理），2019（7）：42.
[3] 蒋龙珍 . 融媒体时代开展新闻网站编辑工作的途径分析 [J]. 传播力研究，2019，3（19）：154
[4] 周贵良 . 融媒体时代广播电视新闻如何编排更能吸引受众 [J]. 西部广播电视，2018（8）：166-167.
[5] 晏欣 . 融媒体时代电视新闻节目创新的思考 [J]. 视听，2017（7）：198-199.
[6] 宋词 . 融媒体时代编辑的创新意识与新闻的感染力 [J]. 传播力研究，2017（9）：238-239.
[7] 蒲雪峰 . 新媒体时代电视新闻编辑的媒介素养与业务创新 [J]. 数字通信世界， 2018（3）.
[8] 孟超 . 新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展探究 [J]. 科技创新导报， 2019（9）：228.

（作者单位：山西省大同广播电视台）